TURYZM POLSKI



NR 11 • LISTOPAD • 1938 • ROK I.

DIE ORGANISATION DES FREMDENVERKEHRS IN FINNLAND.

Erst in den letzten beiden Jahrzehnten, seitdem Finnland seine Selbständigkeit gewann, kann man von einem eigentlichen Fremdenverkehr in Finnland reden. In dieser verhältnismässig kurzen Zeit hat sich der Fremdenverkehr von einem geringen Anfang zu einem bedeutenden volkswirtschaftlichen Faktor entwickelt.

Während man die Resultate des einheimischen Fremdenverkehrs nur schätzungsweise und nicht ziffernmässig feststellen kann, ist der vom Auslande hereinkommende Touristenstrom mit zuverlässiger Genauigkeit der Statistik zugänglich, da jeder ausländischer Reisende ein kurzgefasstes Frageformular betreffs Zweck und Dauer der Reise bei der Einreise auszufüllen hat.

Der Zuwachs der ausländischen Reisenden während der letzten sechs Jahre geht aus folgenden Zahlen hervor:

1932 . .	37.631
1933 . .	41.907
1934 . .	52.823
1935 . .	63.747
1936 . .	77.001
1937 . .	87.807

Von der Gesamtzahl der Reisenden im Jahre 1937 waren 64.841 Touristen im eigentlichen Sinne des Wortes. Die grösste Zahl der Fremden trifft in den drei Sommermonaten Juni, Juli, August ein, mit einer bedeutenden Hochfrequenz im Juli. Die Durchschnittsdauer des Besuches der Reisenden während des ganzen Jahres wird auf 10—11 Tage berechnet. Das Amtliche Statistische Zentralbüro in Helsinki schätzt die Einnahmen von dem ausländischen Fremdenverkehr in Finnland im Jahre 1937 auf 230 Mill. Finnmark.

Eine alle Zweige des Fremdenverkehrs umfassende zentrale Organisation besteht bisher noch nicht. Die verschiedenen Organisationen arbeiten getrennt für die Förderung des Fremdenverkehrs auf ihrem speziellen Gebiet, doch ist heute ein reges Interesse für eine grössere Konzentration vorhanden und selbstverständlich besteht eine von den Um-

ständen bedingte Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Organisationen. Im Jahre 1935 wurde ein Staatskomitee für die Untersuchung der Fremdenverkehrsverhältnisse in Finnland ernannt, das 1937 dem Staatsrat einen eigehenden Bericht über die Ergebnisse der Untersuchungen und einen Vorschlag zur Neuorganisation des Fremdenverkehrs einreichte. Die Staatsmacht hat den wachsenden Wirtschaftszweig jährlich tätiger unterstützt.

Die ideelle Organisation zur Förderung des Fremdenverkehrs ist der Touristenverein in Finnland, Suomen Matkailijayhdistys, der schon 1887 gegründet wurde um „durch Förderung des Tourismus die allgemeinen Kenntnisse von Land und Volk zu erweitern“ und dessen Tätigkeit alles umfasst, was das Reisen und Wandern in Finnland erleichtert und erweitert. Solange Finnland noch unter fremder Oberhoheit stand, war die Tätigkeit des Vereins in mancher Hinsicht beschränkt und gewann nur bescheidene Ausmasse. Eine freie und grosszügige Wirksamkeit entfaltete sich erst nachdem Finnland 1917 seine Selbständigkeit erlangt hatte. Die rasche Entwicklung danach auf allen wirtschaftlichen Gebieten erstreckte sich auch auf den Fremdenverkehr.

Da das Land dünn bevölkert ist und die schönsten landschaftlichen Sehenswürdigkeiten zum grossen Teil in abgelegenen Gegenden liegen, müssen sie durch Schaffung von Verkehrs- und Unterkunftsmöglichkeiten erst dem Fremdenverkehr erschlossen werden. Wo private und lokale Initiative versagte, hat der Staat unterstützend eingegriffen und in verschiedenen Teilen des Landes Hotels und Herbergen gebaut. So entstanden z. B. die alten Staatshotels am Imatra und auf Punkaharju. Ein grosser Aufschwung in dieser Arbeit setzte vor ca. 10 Jahren ein, als der Touristenverein, unterstützt vom Staat, ein umfassendes Programm aufstellte und gleich an dessen Ausführung ging. So ist es das Verdienst des Touristenverein, dass z. B. das entlegene Lappland und das dünnbesiedelte Ostkarelien dem Fremdeverkehr zugänglich gemacht worden sind. Autostrassen, Wege und Touristenherbergen wachsen in die entferntesten Gegenden hinein, wo die Natur, noch unberührt, dem Touristen den ganzen Zauber der Wildnis entgegenbringt.

Die heutige Tätigkeit des Touristenvereins umfasst einerseits eine im ganzen Lande gemachte Propaganda für den Tourismus und die hierfür nötige Aufklärungsarbeit sowohl durch Druckschriften als durch persönliche und schriftliche Auskünfte bei Anfragen, anderseits die Errichtung und Pflege der in den verschiedenen Teilen des Landes gelegenen Touristenherbergen und -gaststätten. Ausserdem bewirtschaftet der Touristenverein durch eine Zweigorganisation einen Teil der Bahnhofsrestaurants im Lande. Dass der Arbeit des Touristenvereins von einem grossen Teil der Bevölkerung Interesse entgegengebracht wird, beweist

die verhältnismässig grosse Anzahl von Mitgliedern, die im Anfang dieses Jahres auf 21.258 stieg, wobei 633 Vertreter im ganzen Lande tätig sind und 23 Ortsabteilungen die besonderen touristischen Interessen der betreffenden Gegenden wahrnehmen. Ausser einer kleinen Anzahl unbewirtschafteter Hütten für einfache Unterkunft während Wanderungen durch unbebaute Landstriche, besitzt und verfügt der Verein über 18 Touristenherbergen und 3 Restaurants, die teils das ganze Jahr hindurch, teils nur während des Sommers bewirtschaftet werden. Von der Beliebtheit dieser Herbergen, die an sich durch ihre Organisation und ihre Lage in den landschaftlich fesselndsten Gegenden Sehenswürdigkeiten sind, zeugen die grossen Besucherzahlen, die stets im Wachsen begriffen, im Jahre 1937 für 48.594 Übernachtungen benutzt wurden.

Der Touristenverein wird von einer 12-köpfigen Direktion und einer aus 23 Mitgliedern bestehenden ratgebenden Versammlung geleitet. Die Staatsunterstützung im Jahre 1938 war im Ganzen 6.820.000 Finnmark, wovon 5.300.000 für Neubauten bestimmt sind.

Eine Schwesterorganisation des Touristenvereins ist der Verkehrsverband „Finnlandreisen“ („Suomen-Matkat“), der 1930 ins Leben gerufen wurde, um den Fremdenverkehr des Landes besonders durch die Entwicklung des Verkehrs aus dem Auslande zu fördern. Die Tätigkeit umfasst alle Formen der Fremdenverkehrspropaganda und jetzt ist der Verband die zentrale Organisation für die Verkehrspropaganda Finnlands im Auslande. Seine Mitglieder bestehen aus Städten, Landsgemeinden, Instituten, Verkersgeseltchaften, Reisebüros, Hotels, Restaurants, Geschäften u s. w., die ein Interesse an dem Wachsen des Fremdenverkehrs haben. An der Spitze des Verbandes steht ein Vorstand von 24 Beisitzern und ihren Vertretern und eine Direktion von 6 Mitgliedern mit ihren Vertretern. Einige Mitglieder des Vorstandes werden von den Ministerien des Äusseren und des Verkehrswesens sowie von den Staatsbahnen ernannt, wodurch die Staatsmacht ihren Einfluss auf die Führung der Tätigkeit erhält. Der Staatsbeitrag betrug dieses Jahr 500.000 Finnmark.

Obgleich die Organisation des Touristenvereins das ganze Land umspannt, sind noch einige davon unabhängige lokale Touristenvereine entstanden, die nur für die Förderung des Fremdenverkehrs in ihrem eigenen Landesteile arbeiten. Solche sind Varsinais-Suomen Matkailuyhdistys (Der Touristenverein für Eigentliches Finnland) mit dem Hauptsitz in Turku, im Jahre 1930 gegründet, Ahvenanmaan Matkailuyhdistys (Der Touristenverein der Ålandinseln) mit dem Hauptsitz in Mariehamn auch im Jahre 1930 gegründet und Etelä-Pohjanmaan Matkailuyhdistys (Der Touristenverein Süd-Ostrobothniens) mit dem Hauptsitz in Vaasa, im Jahre 1932 gegründet. Den Tourismus unter den Arbeitern fördern und wecken als Zentralorganisation der 1938 gegründete Verband Työväen

Matkailuliitto in Helsinki sowie die Vereine Helsingin Työväen Matkailuyhdistys und Hämeen Työväen Matkailijayhdistys (Der Touristenverein der Arbeiter von Helsinki und von Häme).

Das erste vollständige Reisebüro in Finnland wurde durch die Initiative der Staatsbahnen, Dampfschiffsgesellschaften und den Touristenverein in Finnland im Jahre 1909 gegründet. Im Jahre 1923 wurde das Büro in eine Aktiengesellschaft umgebildet und ist seitdem unter dem Namen Suomen Matkatoimisto Oy. (Finnlands Reisebüro A. G.) tätig. Das Büro hat ausser dem Hauptkontor eine Zweigniederlassung in Helsinki und Vertreter in den grösseren Städten. Private, kleinere Touristenbüros sind mit der Zeit verschiedentlich im Lande entstanden. Eine vollständige Reisenbürotätigkeit wird jedoch nur noch von dem 1935 gegründeten Reisebüro Matkatoimisto Oy. Kaleva in Helsinki ausgeübt. Ein privates Unternehmen, das jedoch zum Teil dem Staatsausschuss des Unterrichtsministeriums für Exkursionen untersteht, ist das Schulreisebüro Koulumatkailutoimisto, das Gruppenreisen im In- und Auslande arrangiert und besonders für Empfang und Unterkunft von Gruppenreisenden in Finnland sorgt.

Da dem freien, sportlichen Fahren und Wandern als volkserzieherischer Faktor grosse Bedeutung beigemessen wird, ist von seiten des Staates eine höhere Organisation für diese Art des jugendlichen Fremdenverkehrs geschaffen worden. Es ist der Staatsausschuss des Unterrichtsministeriums für Exkursionen (Opetusministeriön Retkeilylautalunta), der, wie der Name besagt, zunächst nur Exkursionen von Schülern umfasste, wo jedoch nunmehr in den ihm unterstehenden Organisationen alle Formen von Gruppenfahrten vertreten sind. Auf sein Initiative entstand das vorhin erwähnte Schulreisebüro 1921.

Da einem weitgehenden Wanderverkehr immer noch grosse Schwierigkeiten bei der Beherbergung entgegenstehen, wurde 1935 eine Organisation zur Beschaffung von Jugendherbergen (Suomen Retkeilymaja järjestö) gegründet. Dieser Organisation sind die meisten Jugend- und Touristenverbände des Landes angeschlossen, so dass die Anzahl der einzelnen Vereine auf ca. 3.800 steigt mit insgesamt ca. 220.000 Mitgliedern. Diese Organisation ist das Verbindungsglied zwischen allen im Lande wirkenden Jugendverbänden und setzt sich die Aufgabe, Jugendherbergen zu beschaffen und alle Mitglieder zur Wanderkultur zu erziehen. Diese Organisation ist auch das Verbidungsglied nach Aussen indem sie den internationalen Jugendverbänden angehört und die Verbindung mit entsprechenden Organisationen im Auslande aufrecht erhält.

Um der Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs in Finnland neue Impulse zu geben, wird im November dieses Jahres ein nationaler Fremdenverkehrskongress in Helsinki abgehalten werden, zu dem Teilnehmer

von allen verschiedenen Gebieten des Fremdenverkehrs, wie Verkehrsgesellschaften, Hotels, Touristenvereinen, Städte u. s. w. aus dem ganzen Lande geladen werden, um durch gemeinsame Beratungen Neuerungen und Verbesserungen einzuführen und hauptsächlich um den Repräsentanten der verschiedenen Zweige des Fremdenverkehrs Gelegenheit zu gemeinsamen Überlegungen zu geben und dadurch zu einer konzentrierteren Fremdenverkehrspolitik zu gelangen. Es ist der erste Kongress dieser Art in Finnland. Die Initiative dazu ging von dem Verkehrsverband „Suomen-Matkat“ aus.

Im Hinblick auf die 1940 in Helsinki stattfindende Olympiade haben alle Fremdenverkehrsorganisationen ein umfassendes Erweiterungsprogramm aufgestellt und wenn die politischen Verhältnisse nicht hindernd in den Weg treten, wird die Entwicklung des Fremdenverkehrs in Finnland allen Anschein nach in den nächsten Jahren einen fühlbaren Aufschwung erleben. *Dr Karin Dieckmann.*

Suomen-Matkat-Helsinki

Geograficzne rozprzestrzenienie narciarstwa na kuli ziemskiej.

Artykuł niniejszy został opracowany na podstawie rozprawy dr Waltera Strzygowskiego „Skilauf in anderen Erdteilen“. wydrukowanej w „Skileben in Österreich“. Wien 1937.

Przegląd terenów i sposobów uprawiania sportu narciarskiego w różnych częściach świata podano w formie podróży na nartach dookoła ziemi, biorąc sobie za punkt wyjścia Pireneje, przy czym celowo pominięto znane tereny narciarskie w Europie.

HISZPANIA. Stoki północne Pirenejów odwiedzane są dość licznie przez narciarzy francuskich, natomiast stoki południowe z powodu ciepłego, suchego klimatu oraz znacznego oddalenia od osiedli ludzkich, mają dla narciarstwa mniejsze znaczenie. Jedynym większym miastem jest Barcelona, to też przeważnie katalońskie związki narciarskie opiekują się nielicznymi schroniskami w tej części gór. Madryt posiada własne tereny narciarskie w Sierra Guadarrama. Mimo, że góry te są gołe i kamieniste, to jednak pokrywa je od grudnia do marca zupełnie wystarczająca warstwa śniegu. Na stokach najwyższego wzniesienia Pico de Penalara odbywają się zawody narciarskie o mistrzostwa Hiszpanii. Tereny narciarskie Andaluzji są w Sierra Nevada. Najwyższy szczyt Veleta (3460 m) jest aż do lata do wysokości 2800 m po stronie N pokryty śniegiem i bywa często jeszcze w tej porze roku odwiedzany przez narciarzy. Z Grenady, położonej u stóp tych gór, wiedzie piękna autostrada na wysokość ponad 2000 m. Nad stromymi przepaściami rozciągają się

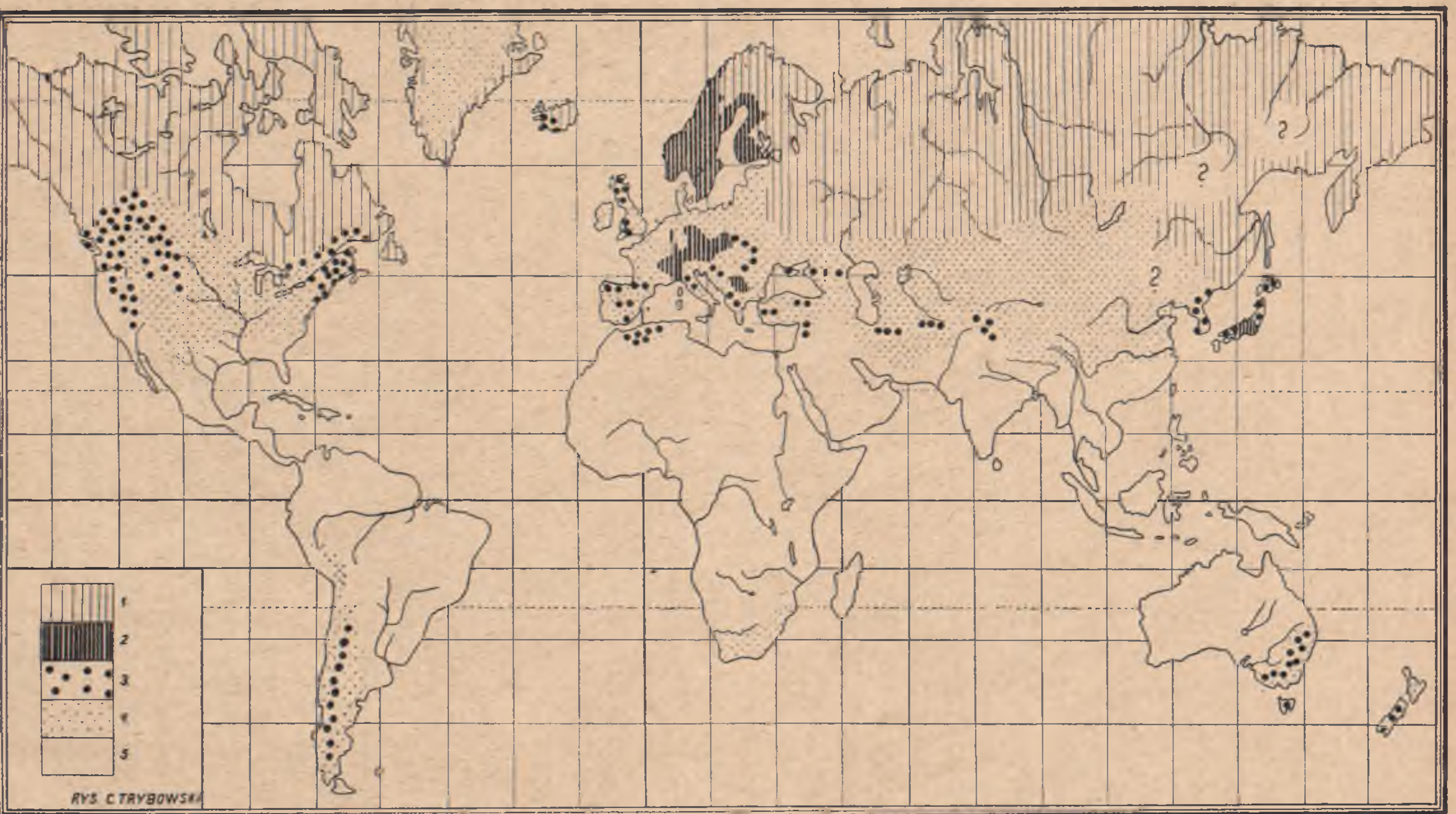
pola narciarskie, dostępne przez 5 miesięcy. Zbudowane są tam dwa schroniska. Dzięki doskonałej komunikacji można dniem jeździć na nartach a wieczór spędzać wśród palm i drzew cytrynowych mauretańskich ogrodów Granady.

AFRYKA. Tereny narciarskie spotyka się w Algerskim Atlasie. Algerię zaznajomili z narciarstwem trzej Norwegowie w 1907 r. a obecnie istnieją tam 3 związki narciarskie z 700 członkami. Z Algieru (stolicy) wyjeżdża się na niedzielę lub na kilka dni pod szczyty Atlasu. Zwłaszcza Col du Chrea (1550 m) posiada dobre tereny narciarskie (są to częściowo lasy świerkowe bez podszycia). Oprócz Europejczyków próbują również Arabowie jazdy na nartach, ubrani w swe codzienne białe stroje. Podobnie jak w Andaluzji, zdarzają się wypadki, że w ciągu jednego dnia można jeździć na nartach i zwiedzać winnice.

Podobne stosunki istnieją w Marokku. Śnieg pada rzadko, ale zato w ogromnych ilościach, tak że często tworzy się w górach trzymetrowa warstwa, która jednak leży tylko przez kilka godzin lub dni. Śnieg puszysty zmienia się na firn b. szybko co spowodowane jest wielkimi różnicami temperatur klimatu pustynnego. Przez dzień śnieg jest wilgotny, nocą tworzy się twarda skorupa. Europejczycy a zwłaszcza Francuzi, urządzają w tych stronach kursy narciarskie. Wysoki Atlas posiada bezsprzecznie najlepsze warunki narciarskie, nie został dotąd jednak spowodu trudnego dostępu dla narciarzy „odkryty". Poza tym są w Afryce tereny narciarskie na równiku. Olbrzymie wulkany Afryki Wschodniej, Kenia i Kilimandżaro, sięgające ponad 5000 m wys., posiadają szereg małych lodowców, pokrytych śniegiem przez znaczną część roku. Pierwszy raz w 1912 r. wybrali się na nartach na Kilimandżaro dwaj członkowie Monachijskiego Klubu Narciarskiego. Pola firnowe nad równikiem są trudno dostepne, narciarz, zaopatrzywszy się poprzednio w sprzęt narciarski w Europie, musi dojechać pociągiem do miasta Nairobi, stamtąd odbyć dłuższą trasę samochodem, a następnie bagaż i narty „załadować" na murzynów i przebyć piechotą 40 km przez lasy bambusowe w góry.

AMERYKA PÓŁNOCNA. W Ameryce Północnej istnieją 3 ośrodki narciarskie. Pierwszy stanowi północna Kanada i Alaska, gdzie nart używają Eskimosi-Indianie i nieliczni biali ze względów praktyczno-komunikacyjnych. Narciarstwo sportowe uprawia się w górach północno-wschodnich U. S. A. (Appalachy) oraz w górach dalekiego zachodu. W t. zw. „Nowoangielskich Stanach" jest kilka grup górskich, których stoki w dole pokryte są gęstymi lasami, nad którymi górują wysokie niezalesione szczyty. Krajobraz gór podobny jest do Szwarzwaldu i Karkonoszy. Narciarstwo rozwinęło się tu w latach powojennych a zwłaszcza od 1930 r. Uprawiają go przede wszystkim członkowie nowojorskich i bostońskich klubów narciarskich. Darmouth-Kolegium w Hanowerze koło Bostonu

Mapka przeglądowa terenów narciarskich świata.



Legenda: 1. Narciarstwo jako codzienna potrzeba życiowa, 2. Narciarstwo jako sport powszechnie uprawiany, 3. Narciarstwo uprawiane tylko przez mieszkańców miast i obcokrajowców, 4. Obszary z opadami śnieżnymi w zimie, ale bez znaczenia dla narciarstwa, 5. Obszary na których pokrywa śnieżna pojawia się jedynie na niektórych wysokich szczytach górskich.

uchodzi za kolebkę narciarstwa amerykańskiego. Góry obfitujące w śniegi, są bardzo oddalone od wielkich miast, dlatego towarzystwa kolejowe uruchamiają już od szeregu lat (1930 r.) pociągi popularne dla narciarzy (w 1936 r. przewiozło Bostońskie Towarzystwo Kolei około 24.000 narciarzy w Appalachy). Nowojorskie domy towarowe prowadzą oddzielne działy dla sportu narciarskiego, sprowadzając sprzęt z Niemiec, Szwajcarii i krajów północnych Europy. Sfery kupieckie popierają usilnie „gorączkę narciarstwa" (n. p. dom towarowy w Bostonie skonstruował sztuczny stok pokryty tłuczonym lodem, celem próbowania sprzętu sportowego, a w Nowym Jorku spotyka się pola „śniegu" z boraksu, na których urządza się skoki konkursowe).

W okolicach N. Jorku i Bostonu znajdują się okolice pagórkowate, odpowiednie dla krótkich wycieczek. Ludzie dysponujący większą ilością czasu, wyjeżdżają pociągami w góry. Góry U. S. A. są znacznie zalesione, różnice wysokości dochodzą do 1000 m, schroniska buduje się dopiero w ostatnich latach, to też zatrzymują się narciarze przeważnie w zimowiskach położonych u stóp gór. Z tych powodów wytworzył się w Nowoangielskich Stanach specjalny typ narciarstwa. Narciarze nie odbywają większych wycieczek w góry, tylko jeżdżą po dobrze znakowanych trasach narciarskich wśród lasów oczyszczonych z podszycia. Każda miejscowość ma w okolicy kilka takich tras (trails). Są one przeważnie krótkie i dlatego możliwe do odbycia kilkakrotnego w ciągu dnia. Niektóre trasy (loops) obfitują w wielkie łuki prowadzące do punktu wyjściowego. Dla bardziej wprawnych istnieją strome zjazdy (runs), prowadzące z bezleśnych partii gór. Na stoku znanej góry Mt. Waschington w górach White Mountains (Appalachy) istnieje olbrzymi kar polodowcowy, który jest doskonałym terenem narciarskim. Dalej na zachód leżą góry Green Mountains, składające się z kilku łańcuchów. Grzbietem biegnie droga turystyczna dla narciarzy z licznymi zjazdami bocznymi, oczyszczonymi z kamieni i innych przeszkód przez amerykańskie drużyny robotnicze. Najwyższy szczyt (1460 m) Mt. Mooshillock wznosi się o 200 m ponad granicą lasów. W górach tych w dolinie leży ulubiona miejscowość sportów zimowych Woodstock w stanie Vermont. Zbudowanych tam jest 5 wyciągów dla narciarzy.

Kilka zimowisk istnieje w Górach Średnich Adirondacks (stan N. Jork) z zimowiskiem Lake Placid na czele, znanym z Olimpiady zimowej w 1932 r. Tu wybudowali zamożni Amerykanie, liczne prywatne wille. Mimo to, że najwyższe szczyty sięgają do 1600 m, okolica nie obfituje w śnieg i dlatego rozwój narciarstwa jest b. słaby. W Lake Placid oczyszczono wszystkie trasy „trails", Amerykanie bowiem są wygodni i wolą niemęczący sposób uprawiania sportu. Warunki śnieżne gór odpowiają krainom podalpejskim.

W Kordylierach istnieją doskonałe tereny narciarskie, które jednak nie zostały jeszcze „odkryte". Góry te zajmują obszar 20 razy większy niż Alpy, ciągnąc się od 37 równoleżnika (Sycylia) aż do koła podbiegunowego. Na południu tylko najwyższe szczyty pokryte są śniegiem. Im bardziej na północ, pokrywa śnieżna schodzi coraz niżej, a w Kanadzie zimą utrzymuje się już wszędzie śnieg.

W obrębie gór o nieograniczonych możliwościach narciarskich spotyka się zaledwie kilka zimowisk, które powstały dzięki propagandzie tow. kolejowych. Miejscowości dla narciarstwa najodpowiedniejsze nie są jeszcze należycie wykorzystane, trudno dostępne i pozbawione urządzeń turystycznych. W zachodniej Ameryce Pn. narciarstwo uprawiają wyłącznie tylko mieszkańcy miast w okolicach, do których można dojechać koleją lub autem. Dlatego narciarstwo rozwija się tylko w pobliżu miast, na stokach zachodnich gór Rocky Mountains i wyjątkowo w niektórych zimowiskach we wnętrzu gór. Najlepiej uśnieżone tereny narciarskie z najpiękniejszymi zjazdami nie są jeszcze wykorzystane. Właściciele hoteli, leżących w miejscowościach zimowych obecnie uczęszczanych, starają się zapobiec ich rozwojowi. Jeszcze w zimie 1931 32 góry odwiedziło niewielu narciarzy, wyposażonych w prymitywny naogół sprzęt. Oprócz prostego zjazdu nie znali oni prawie ewolucji, dopiero kurs narciarski zorganizowany w tym roku przyniósł dobre rezultaty.

W tym czasie rozwijało się narciarstwo w innych częściach kraju o wiele lepiej, a przede wszystkim w północno-zachodnich stanach zamieszkałych przez licznych Skandynawów, którzy z zapałem szerzą rodzimy sport. Tereny narciarskie na zachód od Denver „odkryli" Norwegowie, którzy zbudowali tam 40-metrowej wysokości skocznię, oraz drugą w okolicy Colorado.

Doskonałe tereny narciarskie z najpewniejszymi warunkami śnieżnymi położone są w okolicy Banff nad kanadyjską koleją transwersalną. Krajobraz i wysokości względne podobne są do spotykanych w Alpach Centralnych, mimo że doliny otaczają często strome ściany skalne, a dna zajmują rozległe jeziora. Od listopada do maja utrzymuje się na większych wysokościach „puch", brak tu bowiem okresów tajania, mimo silnego usłonecznienia. Jeszcze lepsze tereny znajdują się w odległości kilku dni podróży od wspomnianej kolei, są dotąd jednak nie uczęszczane. Leżą one na wysokości 3.700 m i nadają się jako punkt docelowy dla większych wycieczek. Dla terenów położonych nad wybrzeżem Pacyfiku brak jeszcze dokładniejszych map, a niektóre szczyty są zupełnie nieznane. Wycieczki narciarskie urządzane w te strony mają charakter ekspedycji kilkudniowych z jucznymi zwierzętami. Narciarstwo w Kanadzie ograniczone jest narazie do sfery wpływu szos automobilowych w Vancouver, Tocoma, Portland Seattle. Narciarze są zrzeszeni w związ-

kach, stworzonych przeważnie przez Norwegów. W dni wolne wyjeżdżają autami lub autobusami nad granicę śniegu i spędzają dzień na zjazdach po okolicznych stokach. Ulubionym celem większych wycieczek jest wulkan Mt. Rainier (3.494 m), położony około 100 km na południe od Seattle (Kanadyjski Semmering), ze wspaniałymi zjazdami.

W okolicach wielkich miast Kalifornii ogranicza się zimowa szata śnieżna do wysokich regionów gór Sierra Nevada, dokąd wyjeżdżają autem narciarze z hoteli położonych na dnie dolin. Autostrady dochodzą w tych górach do wysokości 2.600 m i dopiero w czerwcu są wolne od śniegu. Najwyższe szczyty mogą oczywiście zdobywać tylko turyści-narciarze, gdyż brak tu schronisk. W samym San Francisko odbywały się także skoki konkursowe, ale na śniegu sprowadzonym z gór Sierra.

AMERYKA POŁUDNIOWA. W Ameryce Środkowej tylko najwyższe stożki wulkaniczne sięgają do granicy śniegu. Trwalszą pokrywę śnieżną, utrzymującą się od połowy maja do listopada, napotykamy dopiero w środkowym Chile. Początki narciarstwa datują się tu od 1932 r., a obecnie istnieją w stolicy 3 związki narciarskie. Z Santiago można w ciągu godziny dojechać do dobrych terenów narciarskich, mieszczących się na zachodnich stokach Andów. Tereny narciarskie znajdują się koło Portilio, nad koleją prowadzącą przez Andy. Ponieważ jednak pociągi kursują tu tylko 4 razy na tydzień, narciarze wynajmują sobie po każdym zjeździe drezynę i podjeżdżają nią w górę. Szczyt Andów Aconcagua został przed 2 laty zdobyty na nartach.

O 400 km na południe od Santiago w okolicach Chillan znajdują się wspaniałe tereny narciarskie, położone na wysokości 1300 m u stóp grupy gór wulkanicznych koło Recinto, znanego kąpieliska siarczanego w Chile, doniedawna jeszcze w zimie zupełnie nieodwiedzanego. Podejście na wulkan Chillan (około 2000 m) należy do najbardziej interesujących wycieczek narciarskich.

Do Patagonii i Ziemi Ognistej, gdzie są najprawdopodobniej najlepsze tereny narciarskie Ameryki Południowej, narciarze jeszcze nie dotarli. Zaznaczyć jednak należy, że rząd argentyński czyni obecnie starania, by i te obszary udostępnić dla narciarzy.

NOWA ZELANDIA. Alpy Nowozelandzkie, sięgające do wys. 2400 i 3700 m, posiadające liczne lodowce, przypominają krajobrazowo wschodnie Alpy Centralne. Narciarstwo jest tu dopiero w stadium rozwoju, brak jeszcze zupełnie schronisk i kolejek górskich. Mimo to istnieje kilka związków narciarskich. Najpopularniejszym miejscem wypadowym jest góra Mt. Cook (2780 m). Narciarstwo w Nowej Zelandii ma zapewnioną przyszłość.

Dok. nastąpi. *Mgr Elfryda Trybowska*

KRONIKA.

Belgia — Pociągi „teatralne". — Może niezbyt szczęśliwa nazwa na imprezę, którą od kilku lat urządza Touring Klub Belgijski. Polega ona na tym, że na pewne przedstawienia teatralne i operowe w Brukseli organizuje się z miejscowości położonych w pobliżu stolicy pociągi popularne. W cenę przejazdu wliczony jest bilet do teatru.

Rozwój turystyki rowerowej. — Belgia jest krajem o dużym nasileniu ruchu rowerowego czego dowodem jest stale wzrastająca liczba pojazdów. Liczba rowerów w Belgii wzrosła z 1,615.855 w 1927 r. do 2,625.187 w 1937 r. Dzięki inicjatywie sekcji kolarskiej Touring Klubu Belgijskiego powstała sieć dróg przeznaczona wyłącznie dla użytku cyklistów, o łącznej długości 3.350 km. Z. T.

Francja — Jarmark gastronomiczny. Od 1920 r. urządzany jest w Dijon piętnastodniowy jarmark gastronomiczny, który cieszy się z każdym rokiem coraz większym zainteresowaniem. Jarmark nie ma charakteru wystawy, gdyż nie mieści się tylko w specjalnych stoiskach, lecz obejmuje całe miasto. Wszystkie restauracje, stołownie a nawet domy prywatne prowadzą przez czas trwania jarmarku kuchnię regionalną, obmyślaną przez specjalny komitet techniczny. T. W.

Rozwój sportu łowieckiego. — Do atrakcyj turystycznych Francji należą również tereny łowieckie. Sport myśliwski jest we Francji bardzo rozpowszechniony, czego dowodem jest cyfra 500.000 członków Francuskiego Związku Łowieckiego. Ilość myśliwych we Francji wynosi według przybliżonych obliczeń 1,500.000 w stosunku do 230.000 myśliwych w Niemczech.

Budowa lotniska w Cannes. — W krajach o dużym nasileniu ruchu turystycznego oddawna już zrozumiano, że przy dalszej rozbudowie sieci lotniczej w danym kraju musi się wziąć pod uwagę połączenie komunikacją lotniczą większych uzdrowisk, stacyj klimatycznych oraz nadmorskich kąpielisk z wielkimi miastami. Ostatnio we Francji kąpielisko Cannes otrzyma w niedługim czasie odpowiednio wyposażone lotnisko, przez co zostanie skrócony czas podróży na Lazurowe Wybrzeże, zwłaszcza na trasie Londyn—Paryż—Cannes. Z. T.

Polska — Kredyty na budownictwo letniskowe. Ministerstwo Rolnictwa i Reform Rolnych przyznało na r. b. kredyty na budownictwo letniskowe we wsiach w wysokości 300.000 zł.

Przepisy o prowadzeniu przemysłu gospodniego — wydane zostały w dniu 15. XI. br.

Szwajcaria — 7-y międzynarodowy kongres w sprawie schronisk młodzieżowych odbędzie się w tym roku w Szwajcarii w zamku Rotberg, koło Bale, przerobionym na nowoczesne schronisko. Dalsza część kongresu będzie odbywać się w Baden i Lucernie. Przedstawiciele 25 krajów będą obradować nad zagadnieniami technicznymi, związanymi z organizacją ruchu młodzieży i zakwaterowaniem wycieczek. T. W.

Wysokogórska służba radiotelefoniczna. — W ostatnich czasach powstało ciekawe połączenie między schroniskami wysokogórskiemi w Alpach szwajcarskich (w grupie Jungfrau). Połączenie to przeprowadzono między „Konkordiahütte" a „Jungfraujoch". Oba schroniska otrzymały stacje krótkofalowe nadawczo-odbiorcze. Za pewną opłatą (ustaloną przez pocztę) można uzyskać połączenie między powyższymi schroniskami. W dalszym ciągu ma również powstać połączenie radiotelefoniczne między „Holandiahütte" a „Jungfraujoch". Połączenia te mają wielkie znaczenie przede wszystkim dla komunikatów klimatologicznych oraz akcji ratowniczej.

U. S. A. — Amerykański przemysł hotelowy w lipcu 1938 r. — Według danych statystycznych stwierdzono w lipcu 1938 r. znaczny spadek ruchu turystycznego. Już w miesiącu czerwcu dał się on zauważyć wyjąwszy Chicago i Detroit. Ogólna frekwencja zmniejszyła się o 55% w porównaniu z 1934 r. i osiagnęła minimum w przeciągu ostatnich trzech lat. Spadek ruchu przypisuje się ogólnemu położeniu gospodarczemu, czasowemu zamknięciu niektórych fabryk automobilowych oraz długotrwałej złej pogodzie. Mimo to ceny pokoi utrzymały się na tej samej wysokości, a nawet w niektórych miejscowościach podwyższono je o 1%. O. B.

„SWISSAIR"

Centrala prospektów w Szwajcarii.

W czasie tegorocznej wycieczki Związku Ziem Górskich do krajów alpejskich, miałem sposobność zapoznania się z organizacją oraz urządzeniami turystycznymi w Szwajcarii. Szczególnie liczne dane udało mi się uzyskać w Urzędzie Turystycznym (Schweizerischer Fremdenverkehrsverband) w Zürichu dzięki uprzejmości dyr. dr W. Hunzikera i kierownika komisji studiów dr Kurta Krapfa, oraz w Centrali Propagandy Turystycznej (Schweizerische Verkehrszentrale), której zwiedzenie ułatwił mi sekretarz E. C. Schwarzembach. Między innymi zwiedziłem również Centralę Prospektów (Schweizerische Prospektzentrale) w Zürichu dla zapoznania się z racjonalnym kolportażem i organizacją akcji propagandowej na terenie Szwajcarii. W niniejszym artykule chcę podać schemat prac centrali prospektów, gdyż może ona być uważana za wzór racjonalnej organizacji w tej dziedzinie pracy.

Gospodarka turystyczna w Szwajcarii rozwinęła się dopiero w ostatnim 50-leciu, a uzyskane doświadczenia w tym okresie są niezmiernie pouczające dla wszystkich krajów prowadzących gospodarkę turystyczną, a szczególnie dla Polski niedostatecznie jeszcze do niej przygotowanej, gdyż dzisiejszy stan ruchu turystycznego można porównywać mniej więcej z ruchem w Szwajcarii przed 50 laty. Współcześnie w Szwajcarii bardzo znaczne kwoty przeznacza się rocznie na propagandę zagraniczną i wewnętrzną, w niej zaś największą pozycję stanowią wydawnictwa. Wydatki na propagandę niektórych miejscowości (np. Lucerna) dochodzą do 500 tys. zł. rocznie, co odpowiada około połowie sumy jaką rozporządza Polska. Wydawanych jest co rocznie setki prospektów o wielotysięcznych nakladach. Poziom wydawnictw jest b. wysoki, druk kosztowny, dlatego poczęto również troską otaczać kolportaż wydawnictw, pragnąc materiał propagandowy rozprowadzać jak najracjonalniej. Kilkakrotnie badano wysokość nakładów poszczególnych wydawnictw, dla dostosowania nakładu do zapotrzebowania. Doświadczenia zdobywane w ciągu wielu lat wykazywały, iż za wiele marnuje się pieniędzy, za wiele jest wydawnictw turystycznych, nakłady są za wysokie lub za niskie (co powoduje drugi nakład), rozprowadzenie niedostateczne, dlatego rok rocznie biura podróży paliły olbrzymie stosy makulatury. Studia prowadzone przez fachowców nad organizacją propagandy doprowadziły do wyniku, iż nie-

odzowna jest centrala, któraby zajęła się właściwym rozprowadzeniem materiałów po całym kraju i zagranicą. Nie oddano tego jednak urzędowi, gdyż to doprowadziłoby do przepełnienia jego piwnic i składów, lecz zawiązano prywatną spółkę handlową, która przyjęła z czasem rolę centrali oficjalnej. Podejście handlowe spółki (Schweizerische Prospektzentrale „Swissair") skierowało kolportaż i organizację propagandy na właściwe tory.

Schemat prac tej centrali przedstawia się następująco. W roku bieżącym na terenie Szwajcarii znajduje się w obiegu 8010 różnych prospektów i wydawnictw propagandowych, z których każdy otrzymał numer nadany mu przez centralę i pod tym numerem kursuje pomiędzy centralą a biurami podróży, placówkami informacyjnymi i t. p. Podstawą finansową centrali są opłaty pobierane od prospektów rozsyłanych, które wynoszą 50 do 200 fr. szw. od wydawnictwa. Tą drogą uzyskana kwota 800 tys. do 1 mil. fr. szw. wystarcza na jej utrzymanie. Instytucje wydające prospekty chętnie kwotę tę wpłacają, gdyż centrala daje im gwarancję należytego rozprowadzenia materiałów propagandowych. Centrala posiada wielkie magazyny, w których za porządkowymi numerami zgromadzone są nadesłane prospekty. Posiada również w Zürichu główne biuro zaopatrzone w magazyn podręczny, zawierający zaledwie po kilka egzemplarzy danego wydawnictwa. Wydaje szczegółowy katalog prospektów, który jest podstawą pracy. Prospekty znajdujące się w głównym biurze (dostępnym dla szerokiej publiczności) oraz w biurach turystycznych posiadają przyczepione numery porządkowe. Z chwilą, gdy dany prospekt wydaje się klijentowi, odpina się numer, wkładając go do koperty zaadresowanej wprost do magazynów centrali. Po dniu pracy, kiedy większa liczba prospektów została wydana, odsyła się korektę z numerami do magazynu, który według przysłanych numerów wybiera nowe prospekty, ponownie je oznacza i odsyła do biura. W ten sposób biuro posiada zawsze kompletny materiał informacyjny, nie jest zaś przeładowane większymi zapasami (z 8 tys. wydawnictw). Przed sezonem, kiedy ruch w biurach jest szczególnie silny, prospekty w większej ilości trzyma się na ladach i półkach dostępnych dla publiczności, przy czym formalność związana z numerowaniem i segregowaniem materiałów bywa pominięta. Dzięki tej prostej organizacji znana jest ogólna liczba wydanych prospektów, każde biuro posiada niewielkie zapasy w zależności od zapotrzebowania, uzupełnianie wydanych egzemplarzy jest bardzo proste, pozwala to na kontrolę rozprowadzanego materiału, oraz na określanie wysokości nakładu, dzięki czemu osiąga się maksymalną oszczędność. Wydaje się tylko tyle materiałów propagandowych, ile skalkuluje się w czasie danego sezonu. Rozprowadzenie terytorialne materiałów (wykazy wydanych prospektów poszczególnym biurom) pozwala na zorientowanie się w „sferze wpływu"

danej miejscowości, co z kolei pozwala na ułożenie nowej kampanii propagandowej w obszarach dotąd niezainteresowanych daną miejscowością. W ten sposób uzyskuje się doskonale i oszczędnie zorganizowaną akcją propagandową.

Bardzo interesujący jest katalog prospektów Szwajcarskiej Centrali. Obejmuje on: numer wydawnictwa, nazwę miejscowości, nazwę hotelu, schroniska lub sanatorium reklamującego się oddzielnie, przy czym podana jest cena pensjonatu w lecie i zimie. Poza tym oznaczone jest czy dany prospekt dotyczy sezonu letniego, zimowego lub czy ma zastosowanie całoroczne. Miejscowości ułożone są alfabetycznie, regionalnie (wg. 16 okręgów turystycznych), podzielone na uzdrowiska i zimowiska. Jest skorowidz wysokościowy z podziałem miejscowości na: nizinne, podalpejskie i alpejskie (ponad 1300 m.) Osobno wyróżnione są kolejki górskie, sanatoria, szkoły klimatyczne, przedszkola i zakłady wychowawcze, zdrojowiska, uzdrowiska, stacje klimatyczne. Dzięki katalogowi i doskonałym skorowidzom, nawet niezbyt kwalifikowany pracownik biura może udzielić klijentowi dokładnych informacji. Katalog centrali szwajcarskiej może służyć za dobry wzór informatora o miejscowościach turystycznych danego kraju, który zasługuje na rozpowszechnienie. Jakkolwiek jeszcze dziś nie da się tego zagadnienia w analogiczny sposób rozwiązać w Polsce, gdyż zbyt mało wiemy o ruchu uzdrowiskowo - turystycznym, to jednak przykład szwajcarski winien być w wielu wypadkach wytyczną dla zorganizowania kolportażu naszych wydawnictw turystycznych.

Stanisław Leszczycki.

Propaganda za pomocą afiszów w Niemczech.

Ostatnio przeprowadzono w Niemczech studia nad rolą propagandową afiszów. Pod uwagę wzięto okres od 1 kwietnia 1937 r. do 1 marca 1938 r. Badaniami objęto 67 miejscowości, które podzielono na 3 następujące grupy: W grupie pierwszej znalazły się miejscowości, które w różnych celach stosowały propagandę za pomocą afiszów (miejscowości, imprez, urządzeń hoteli t. t. p.). Stanowią one około 50% ogólnej liczby uwzględnionych miejscowości. W grupie tej uzdrowiska, kąpieliska i stacje klimatyczne stanowią 57,6%. W grupie drugiej zostały uwzględnione te miejscowości, które zastosowały tylko propagandę plakatową przy organizowaniu specjalnych imprez. W grupie trzeciej zaś te, które tylko w specjalnych celach posługiwały się afiszami.

Nadesłany materiał został opracowany przez Państwowy Związek

Turystyczny, a wyniki zestawiono w specjalnej tabeli obejmującej 21 pozycji. W tabeli podano nazwy miejscowości i okręgów turystycznych, odpowiedzi zarządów uzdrowisk na 18 pytań oraz uwagi. Odpowiedzi dały obraz wielkości nakładu afiszów, technikę druku, koszta druku, kolportażu i t. p. Z 67 miejscowości 25 korzystało z nowo wydrukowanych plakatów, 28 — ze starych wydrukowanych w roku ubiegłym, a 14 ze starych i nowych afiszów. Wielkość nakładu była różna, wahała się od 500 (Aachen) do 17 tys. plakatów (Kolonia). Średnio nakład wynosił ok. 5 tys. afiszów. Technika druku była rozmaita: 1-no barwnych plakatów używało 9 miejscowości, 2-barwnych — 9, 3-barwnych — 6, 4-barwnych — 15, 5-barwnych — 8, 6-barwnych — 6, 7-barwnych — 7, 8-barwnych — 5, 10-barwnych — 2 (Stuttgard i Salzuflen, — Bad). Według zestawień Państwowego Związku Turystycznego koszta akcji plakatowej ulegały znacznym wahaniom w granicach od 0,3%—70%, ogólnych kosztów propagandy. Przeciętnie wynosiły one 14%. Przeglądając nazwiska artystów-malarzy można zauważyć znaczną ilość projektujących, to samo nazwisko powtarza się nader rzadko. Ponad 50% wydrukowanych afiszów zostało rozwieszonych za specjalną opłatą, około 25% rozwieszono we własnym zarządzie lub na własnych kolumnach reklamowych. Pozostały odsetek został rozesłany do biur podróży w Niemczech i za granicą.

Jeżeli chodzi o powtórzenie akcji propagandowej przy pomocy afiszów w nadchodzącym sezonie, to 36 miejscowości projektuje urządzić ją w tych samych rozmiarach, 10 miejscowości w zwiększonych, 2 w nieco zmniejszonych; natomiast 10 miejscowości nie ma zamiaru podjąć akcji zeszłorocznej, a 2 miejscowości podejmą ją tylko warunkowo, w razie otrzymania pieniędzy na rozsyłkę plakatów. Pozytywne wyniki propagandy afiszowej stwierdziło 53 miejscowości, 5 miejscowości nie mogło ustalić rezultatów, 1 miejscowość stwierdziła małe korzyści, 8 miejscowości nie nadesłało odpowiedzi.

Wyniki propagandy afiszowej można stwierdzić pośrednio i bezpośrednio. Pośrednio przez stwierdzenie wzmożonej frekwencji w danej miejscowości lub przez wzrastającą ilość zapytań w biurach podróży o daną miejscowość, oraz popyt na prospekty odnoszące się do niej. Bezpośrednio drogą zapytań lub ankiet. Ta ostatnia nie zawiera zupełnie pewnych informacji, a bezpośrednie pytania wywołują niezadowolenia wśród turystów i kuracjuszy.

Byłoby wskazanym, aby w Polsce także przeprowadzić podobne badania w uzdrowiskach, kąpieliskach, stacjach klimatycznych i miejscowościach letniskowo-turystycznych celem określenia roli propagandy afiszowej w akcji akwizycyjnej.

Opracował na podstawie „Fremdenverkehr", Nr 43, 1938.

Otton Beiersdorf.

Wydawnictwa nadesłane do Redakcji:

(ciąg dalszy)

123. **Aichimowicz Stanisław** — Mapa województwa nowogródzkiego w podziałce 1 : 300·000. Wilno 1938 Zakład litograf. Łaskow i Syn — cena 2 zł.
124. **Cetnarski Stanisław** — Miasto Łańcut — Z dziejów i z własnych wspomnień 1937. Druk Szczuka B. Wąbrzeźno Pomorskie — cena 2·50 zł., str. 119.
125. **Cieślak Tadeusz dr** — Szlachta Zagrodowa województwa stanisławowskiego — Warszawa 1938. Odbitka z „Wiadomości Służby Geograficznej" nr 2/3, str. 7 mapa.
126. **Falkowski Jan** — Etnografia górali środkowych i wschodnich Karpat Polskich — Warszawa 1938. Wydawnictwo Komisji Naukowych Badań Ziem wschodnich, str. 13.
127. **Fularski Mieczysław** — Propaganda Turystyki — Warszawa 1939, str. 134.
128. **Hirschler Jan** — Ze Lwowa do Liberii — Książnica-Atlas Lwów — Warszawa 1938
129. **Kalendarz Ilustrowanego Kuriera Codziennego na rok 1939** — rocznik XII. str. 232, cena 2 zł. — Do turyzmu odnoszą się artykuły: Leszczycki St. dr. Ruch uzdrowiskowo-letniskowy w Polsce (str. 195). — Przegląd Turystyczny w roku 1938 (str. 191). — Materiały etnograficzne F. K. Preka (str. 210) — oraz mapy: mapy opadów w Polsce (wiosna, lato, jesień, zima) (str. 105). Milata Wł. dr. Mapa temperatur najniższych w Karpatach Północnych (str. 116). — Mapa uzdrowisk i letnisk w Polsce (str. 195). — Mapa rozmieszczenia ruchu uzdrowiskowo-letniskowego w r. 1936 (str. 195).
130. **Karpacka Komisja Śniegowa i Lawinowa** — regulamin — Kraków 1938. Nakładem Towarzystwa Krzewienia Narciarstwa.
131. **Leszczycki Stanisław** — Przemysł uzdrowiskowo-letniskowy i turystyczny w Karpatach — Warszawa 1938. Wydawnictwo Komisji Naukowych Badań Ziem Wschodnich (str. 23).
132. **Liga Popierania Turystyki** — Delegatury, Przedstawicielstwa, Biura turystyczne kolejki i hotele turystyczne w terenie — mapa dwubarwna w podz. 1 : 1.000.000 Warszawa 1938 — nakład własny.
133. **Lwów** — afisz propagandowy — autor: Acedański Zygmunt. — Wydawn.: Ligi Popierania Turystyki, Polskich Kolei Państwowych, Zw. Prop. Turyst. m. Lwowa.
134. **Reinfuss Roman** — Problem wschodniego zasięgu etnograficznego Łemkowszczyzny. Warszawa 1938 — Wydawn.: Komisji Naukowych Badań Ziem Wschodnich, str. 11.
135. **Seweryn Tadeusz** — Ochrona swojszczyzny w Karpatach Polskich. — Warszawa 1938. — Wydawn.: Komisji Naukowych Badań Ziem Wschodnich, str. 12.
136. **Steciewiczowa Jadwiga** — Lwów jesienią, informator — Lwów 1938, str. 40.

137/138. **Wojskowy Instytut Geograficzny** — mapy w podz. 1 : 100.000 wydanie turystyczne — Warszawa 1938. Pas 50, Słup 33 Jasło: Pas 51, Słup 34 Lesko — cena 1 zł.

139. **Zaborski Bogdan prof. dr** — Podział karpat na regiony z mapą — Odbitka z „Biuletynu Związku Ziem Górskich" Nr 5 — Warszawa 1938 str. 4.
140. **Popiołek Franciszek** — Wędrynia jedna ze wsi beskidzkich w powiecie cieszyńkim, jej dzieje i źródła historyczne. — Z archiwum zamkowego w Cieszynie Katowice 1938. Nakt. Tow. Przyjaciół Nauk na Śląsku, str. 85. Z. N.

Prenumerata roczna złotych 5·00. Cena pojedynczego numeru 0·50.

Wydawca: Studium Turyzmu U. J. — Redaktor odpow.: Dr Stanisław Leszczycki.
Miesięcznik wydawany z zasiłku Wydziału Turystyki Min. Kom.

Adres Red. i Admin.: Kraków, Grodzka 64, tel. 216-89.— Konto czekowe PKO Nr. 406.870.

Drukarnia Bratniej Pom. Medyków U. J. w Krakowie

Opłaia pocztowa uiszczona gotówką.

SPIS TREŚCI:

